



2025年 三轮摩托车行业词条报告

国标分类/制造业/汽车制造业/低速汽车制造/低速汽车制造、头豹分类/制造业/汽车制造业/低速汽车制造

三轮摩托车行业解析：多元应用场景拓展，市场规模稳步上扬 头豹词条报告系列



文上 · 头豹分析师

2025-04-25 © 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/低速汽车制造 制造业/低速汽车制造

摘要 三轮摩托车行业受政策法规影响大，近年来政策放宽为行业发展提供机遇。市场需求多样化，尤其在物流、农业等领域需求增长。电动化趋势明显，电动三轮摩托车具有环保、低噪音等优点，且智能化功能不断提升。行业规模变化受技术进步、市场需求多样化、政府补贴政策等因素推动。未来，智能化技术应用、市场竞争加剧将促使行业资源向头部企业集中，市场将更加注重产品差异化和市场定位，企业加速细分市场布局，推动市场多元化发展。

行业定义

三轮摩托车是指以三个车轮支承，装有内燃发动机或电动机等动力装置驱动，具有驾驶室或乘坐空间，可载人或载货。根据国家标准，三轮摩托车包括“普通三轮摩托车”和“轻便三轮摩托车”品类，无论采用何种驱动方式，其最大设计车速大于50km/h，如使用内燃机，其排量大于50mL；如使用电驱动，其电机额定功率总和大于4kW。

行业分类

三轮摩托车行业的产品和服务可按多个维度进行分类，以其多样化产品应对不同场景的需求，表现出一定的市场活力。在选择三轮摩托车时，用户需考虑车辆的主要用途，以确定最合适类型的。基于用途，这一细分市场涵盖载货型、载客型和多用途型三轮摩托车。产品类型上，根据车辆的结构设计，可区分为正三轮、倒三轮以及边三轮三大类。进一步从技术规格出发，三轮摩托车又可以根据排量大小进行分类，如小排量(<250cc)、中等排量(250-500cc)和大排量(>500cc)。此外，市场还根据三轮摩托车的应用环境划分为农业用车、物流配送车以及旅游观光车等。

按使用用途分类

不同用户对三轮摩托车的功能需求差异显著，有的侧重于货物运输，有的用于载客服务，还有的需要兼具多种功能以满足多样化使用场景。这种基于使用功能的分类，能够帮助制造商精准地设计产品以满足不同用户群体的实际需求，同时也有助于消费者更快速地筛选出符合自己使用场景的车型。

载货型三轮摩托车

专为运输货物设计，通常具有较大的载物平台或箱体，适用于市场配送、物流公司等环境，优点是成本低廉且适应性强，但受载重和体积限制较为明显。

载客型三轮摩托车

设计用于载运乘客，多用于短途客运，如城乡线路及旅游区域，特点是乘坐舒适性较好，有利于提升乘客体验，但相比四轮车辆稳定性较弱。

多用途型三轮摩托车

兼具载客与载货的能力，弹性使用范围广，从城乡客运到农业用途均有涉及，优势在于多功能性，但可能在特定功能上不如专用型设计高效。

按车辆的结构设计分类

车辆的结构设计对其操控性、稳定性和使用便利性有着决定性的影响。不同的结构布局会影响车辆的重心分布、转向灵活性以及在不同路况下的行驶表现。用户根据自己的驾驶习惯和常行驶的路况选择最适合的车型，同时也有助于制造商针对不同结构类型进行优化和创新。

正三轮

两个前轮，一个后轮，车辆重心相对较低，行驶稳定性较好，转弯时的平衡性佳，常见于城市物流、街头小商贩等场景，适合在较为平坦的城市道路上行驶。

倒三轮

两个后轮，一个前轮，车辆的前部较为轻便灵活，转向精准度高，适合在复杂路况下行驶，如山区道路、狭窄巷道等，驾驶体验较为独特。

边三轮

一个主轮，旁边附有一个边轮，通常边轮可折叠，在正常行驶时收起，需要时放下以增加稳定性，具有一定的越野能力和通过性，常用于特殊用途或个性化驾驶需求。

按发动机排量大小分类

排量直接影响车辆的动力性能、油耗以及适用的路况和使用场景，不同排量的三轮摩托车在用途和市场定位上有所区别。根据用户的运输需求、行驶路况以及对燃油经济性的考虑可以分为三种车型。

小排量 (<250cc)

动力相对较小，但燃油经济性较好，适合在城市道路等较为平坦的路况下行驶，主要用于短途运输、日常通勤等，如小型物流配送、个体商户的货物运输等。

中等排量 (250-500cc)

动力适中，兼顾了一定的载重能力和通过性，适用于多种路况，既可用于城市物流，也能在郊区道路等较为复杂的路况下使用，适合中小规模的货物运输和一定距离的客运服务。

大排量 (>500cc)

动力强劲，能够应对重载和恶劣路况，适合长途运输、山区道路行驶等高强度使用场景，如大型物流公司的货物运输、山区客运等。

按主要使用场景分类

不同的应用环境对三轮摩托车的性能、配置和设计有不同的要求，根据应用环境分类有助于用户更精准地选择适合的车型。按应用环境分类，用户可以更精准地选择适合自己具体使用场景的三轮摩托车，制造商也能够针对不同应用场景优化产品设计和功能配置。

农业用车

专为农业生产设计，具有较强的载货能力和适应农村道路条件的能力，能够搭载农具、农产品等，部分车型还具备一定的越野性能，以应对田间地头的复杂路况。

物流配送车

针对城市物流配送需求设计，注重货物的装载量和运输效率，通常具有较好的机动性和灵活性，能够在城市交通中快速穿梭，配备有适合装载小型货物的车厢或货架，适合快递、生鲜配送等物流业务。

旅游观光车

主要用于旅游景区的游客运输和观光服务，注重外观设计和乘坐舒适性，车辆行驶路线通常在景区内部，对环保性和噪音控制有一定要求，部分车型还配备有观光敞篷等设施，以提升游客的观光体验。

行业特征

三轮摩托车的行业特征包括受到政策法规影响大、市场需求多样化、受政府规范性政策约束、市场集中度高、电动化趋势明显。

① 受到政策法规影响大

三轮摩托车行业的发展受政策法规的影响显著。中国实施的禁限摩令，对行业造成一定压制，而近年来政策的放宽，为行业迎来新一轮发展提供了机遇。此外，在国家多种强制性整顿和管理的推动下，三轮车行业合规化程度得到提升，适应政策变化及市场导向，不断前行。

② 市场需求多样化

三轮摩托车在物流、农业等行业中需求量不断增长。便捷、实用的交通工具特别在快递和物流行业中显示出其重要价值。随着技术进步和市场需求增长，三轮摩托车的功能日益多样化，广泛应用于城乡市场、商贸配送、快递服务、旅游观光等多个领域。中国作为全球最大的三轮摩托车生产和消费国，其本土市场增长潜力巨大，并且三轮摩托车出口也表现出发展潜力。

③ 电动化趋势明显

早期以汽油发动机为主，技术不断成熟。近年来，电动三轮摩托车兴起，采用电动机驱动，以电池作为能源，具有环保、低噪音、使用成本低等优点。同时，部分高端车型开始引入混合动力技术，将汽油发动机与电动机结合，兼具两者优势。借助电子技术和智能算法，三轮摩托车在控制系统上不断升级。如配备智能仪表盘，实时显示车速、电量等信息，还能进行故障诊断和预警。部分高端车型实现了自动驾驶辅助功能，如自动刹车、车道保持等，提升了驾驶安全性和便利性。

发展历程

三轮摩托车行业从20世纪50年代起步，经历了萌芽、启动、成长三个阶段。早期产品主要用于农业和运输，技术简单。70年代起，通过引进国外技术，行业技术水平和产品性能显著提升。80年代改革开放后，市场迅速扩大，产品种类丰富。21世纪以来，行业竞争激烈，企业注重创新和品牌建设。当前，行业处于高速发展阶段，未来在环保和市场驱动下，行业市场规模将稳步增长，向产品多元化发展。

萌芽期 · 1893-01-01~1957-01-01

三轮摩托车领域的探索始于1893年，当时边三轮摩托车作为一种初期形态出现。1951年，中国生产了首辆“井冈山牌”摩托车及上海利通机动所制的后三轮摩托车同年6月北京第六汽车制配厂又试制并批量生产了仿照苏式M72型样车增加边斗的三轮摩托车，随后，1954年，北京第六汽车制配厂继续进行创新实践。1955年1月，“井冈山牌”摩托车在国际舞台上得以展示，标志着中国产品开始跻身国际市场。

此阶段特征为技术引入与模仿创新并存，产品主要是满足国内需求，并逐渐发展出具有中国特色的产品系列。尽管行业规模相对较小，创新活动主要集中在实验和小规模生产上，技术来源方面，采纳了外来设计与技术如UralM72型摩托车，并以此为基础进行本土化改进。

启动期 · 1957-01-01~2013-01-01

本阶段标志着三轮摩托车技术的突破和市场的初步拓展。1957年10月，前苏联UralM72型摩托车被引入中国，并促使当地开始设计并成功试制750型边三轮摩托车。这一时期也见证了中国第一款军用重型摩托车和机动脚踏两用摩托车的诞生，并在20世纪初期三轮摩托车开始采用更为先进的燃油发动机。

机械制造能力逐步增强，产品开始由手工作坊向机械化生产转变，此时期产品种类更加丰富，逐步满足军用需求和民用市场，并改善了车体结构和驾驶性能。由于生产数量有限、市场覆盖相对有限，整体处于试验性市场拓展阶段。

高速发展期 · 2013-01-01~2025-01-01

此时期，中国三轮摩托车生产实力有了显增长。2013年，在偃师召开的中国三轮摩托车高峰论坛是本阶段一个重要里程碑。在2015-2018年间中国三轮摩托车产量经历了下滑趋势后延续到2020年但面临诸多问题需要解决。然而长江750型摩托车在2023年的退出市场显示了行业竞争和市场需求变化的新趋势。2022-2023年因宏观环境和俄乌战争导致供应链中断和原材料上涨等挑战进一步考验行业韧性，与此同时，春风公司释放出新信号通过发布高排量街车800NK显现了对高端消费市场的探索。

成长期伴随着市场规模的稳步增长、技术的持续进步及产品种类的多元化。重要企业如春风凭借技术突破持续发展其品牌影响力；竞争格局也日趋激烈，部分产品因市场与技术原因退出竞争。同时，行业政策、技术标准、消费者行为等方面起着重要作用。

产业链分析

三轮摩托车产业链的发展现状

三轮摩托车行业行业的快速发展得益于上游原材料供应、中游制造技术创新以及下游市场需求的共同推动，构成了一个高度互联的产业生态。其中，上游环节集中于原材料供应，包括金属、橡胶、和电子配件等关键材料，确保三轮摩托车性能和安全性的基础。中游环节关注于产品制造和技术革新，特别是电动三轮摩托车。下游环节则聚焦于消费者需求以及销售渠道的管理，直接影响三轮摩托车的销售和市场竞争力。

三轮摩托车行业产业链主要有以下核心研究观点：

全产业链一定程度上受到国际市场上游原材料价格波动影响。

原材料供应商，包括钢铁、橡胶、塑料等行业的企业，是三轮摩托车制造的关键。它们的生产规模较大，价格受市场和宏观经济影响显著，因此原材料价格的波动对整个行业影响明显。2024年12月，全国工业生产者购进价格中，黑色金属材料类同比下降7.9%，有色金属材料及电线类同比上涨11.4%，铝价同比上涨12%，凸显了原材料价格的不稳定性。原材料价格上涨会导致零部件制造和整车组装成本上升，压缩企业利润空间，资金实力较弱的小企业可能因成本压力被淘汰。此外，国际原油价格波动直接影响塑料、橡胶等原材料价格。2024年全球原油价格平均波动幅度达到30%，导致下游塑料、橡胶等原材料价格同步波动，涨幅高达15%。**当国际市场原材料价格上涨时，三轮摩托车产业链各环节成本增加，企业利润空间被压缩。**

中下游生产商向中上游发展，发展自身并保障自身的原材料供应。

通过向中上游发展，企业可进入附加值更高的原材料和零部件制造环节，从而增加整体利润空间。生产三轮摩托车发动机的企业，如果能够向上游拓展到发动机关键零部件的制造，就能在原有业务基础上增加新的利润增长点。掌握中上游资源和技术，有助于企业提升产品品质和性能，满足市场对高端、差异化产品的需求，减少对外部供应商的依赖，降低供应中断的风险。企业进入中上游环节后，可以通过规模化采购、优化生产流程等方式降低原材料成本。同时，对原材料市场的深入了解，有助于企业更好地把握价格走势，提前布局，降低采购成本。

产业链各环节较为成熟，由于电动化、智能化趋势及环保要求，产业链需进一步升级和调整。

上游的原材料和零部件供应能够满足当前的生产需求，中游的制造技术也相对成熟，能够生产出质量可靠的产品。下游的销售和服务网络覆盖广泛，为消费者提供了便利的购车和售后体验。然而，随着科技的不断进步和消费者需求的升级，以及日益严格的环保政策，现有的产业链体系需要进行进一步的升级和调整。具体来说，产业链需要在电动化、智能化方面加大研发投入，以适应市场对环保、智能产品的需求。同时，企业还需要在生产过程中采用更加环保的工艺和材料，以满足环保要求。

产业链上游环节分析

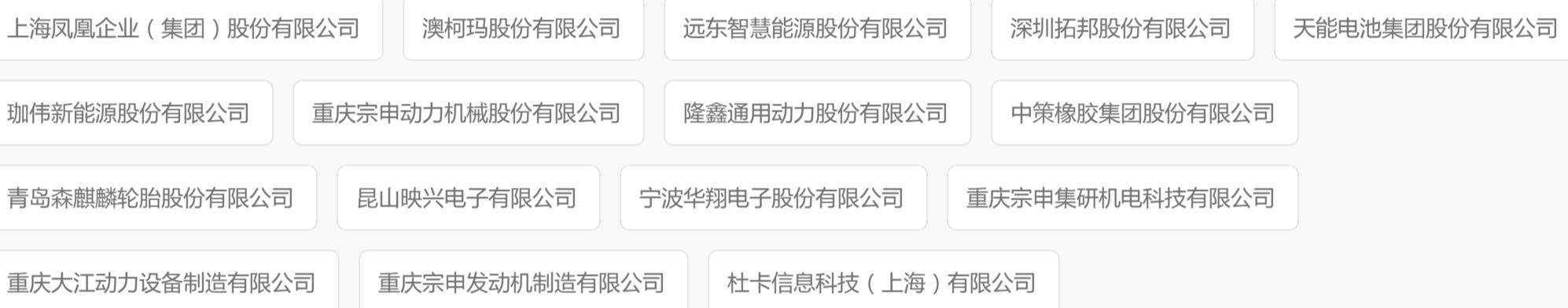
三轮摩托车上游环节



生产制造端

金属,橡胶,电子配件领域

上游厂商



上游分析

核心原材料对于三轮摩托车上游行业的发展至关重要。

金属、橡胶、电子配件是三轮摩托车制造的关键基础材料，其质量直接决定了三轮摩托车的性能和安全性。从成本构成来看，钢材、铝材等金属材料成本占比约30%-40%，橡胶制品如轮胎成本占比约10%-15%，电子配件成本占比约15%-20%。质量上乘的原材料不仅可以提高三轮摩托车的耐用性和可靠性，从而增强消费者对产品的信任和满意度，提升市场竞争力。同时，供应链的高效运作能够确保原材料及时供应，减少生产延误，提升整体生产效率。企业可通过与优质供应商建立长期稳定的合作关系、优化采购策略等方式，在保证原材料质量的同时，有效控制成本。

上游市场集中度较高，大型供应商在产业链中具有较强的话语权。

少数大型供应商占据大部分市场份额，在产业链中拥有较强的话语权，能够对原材料价格、供应量和供应稳定性产生显著影响。对于钢铁原材料，大型企业如宝钢、鞍钢等，凭借其庞大的生产规模、生产技术和稳定的供应能力，成为市场主导者，其中宝钢作为中国最大的钢铁企业之一，其年产量占全国总产量的近20%，鞍钢的市场份额达到15%。2024年H1，仅这两家公司就控制了约30%的国内市场供应，使得它们在与下游制造商进行价格协商时具有更大的议价权力。此外，这种高度集中的市场结构也意味着任何一家主要供应商的变动都可能对整个行业的价格水平造成连锁反应。

产业链中游环节分析

三轮摩托车中游环节

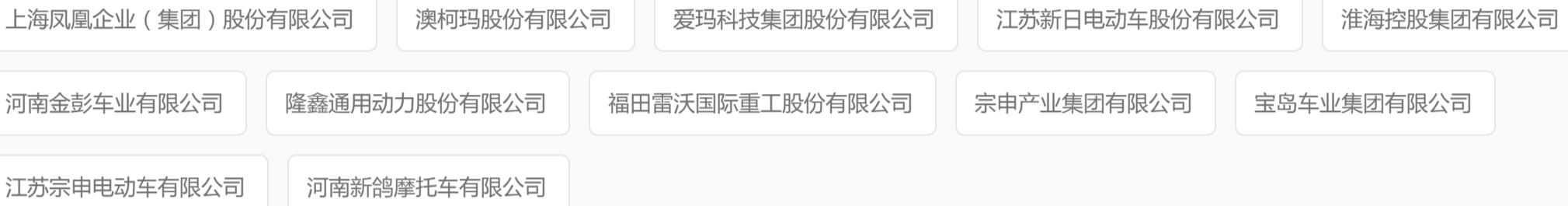




品牌端

电动三轮摩托车及其电池技术,供应链管理及优化,环保法规适应性领域生产商

中游厂商



中游分析

产品需求增长，三轮摩托车增长势头明显，推动全产业链销量增长迅速。

2024年全年累计增加了38家摩托车生产企业，平均每月新增3.25家。新增电摩资质企业主要分布在重庆、浙江、江苏、山东等地，这些地区也是三轮摩托车的主产地。2024年中国有49家摩托车生产企业公布了三轮摩托车产销数据，总销量为255.43万辆，比同期累计增长6.78%。三轮摩托车中游制造商显示出强劲的增长势头。三轮摩托车在多个国家和地区成为了不可替代的交通工具，尤其在基础设施不完善、道路狭窄的地方，其独特的多功能性和适用性获得了广泛的应用和认可。此外，三轮摩托车在价格、维护成本、操作简便性等方面的优势，使其在许多欠发达国家和地区深受欢迎。这些因素共同推动了三轮摩托车行业的全球化发展，为中国制造商在海外市场提供了新机遇。

中游制造商市场竞争激烈，凭借规模经济、品牌影响力和供应链管理能力占据较大市场份额，新兴企业也在不断涌现。

中游制造商竞争激烈，头部企业通过规模经济、品牌影响力和供应链管理能力等优势，占据较大的市场份额。然而，**行业进入门槛相对较低，新兴企业不断涌现，进一步加剧了市场竞争。**宗申、隆鑫等大型制造商凭借其规模经济优势，能够以较低的成本生产高质量的三轮摩托车，并通过强大的品牌影响力和完善的供应链管理，确保产品的市场竞争力。与此同时，部分新兴企业通过技术创新、差异化产品策略和灵活的市场运作，迅速进入市场并抢占一定份额，使得市场竞争更加激烈。这些新兴企业往往专注于特定细分市场或新兴技术领域，如电动化、智能化等，通过提供差异化的产品和服务，满足不同消费者的需求，从而在市场中立足并发展壮大。

下 产业链下游环节分析

三轮摩托车下游环节





下游分析

消费者需求日益多样化，推动三轮摩托车市场不断细分。

消费者主要集中在城市和农村地区，对价格、舒适性、耐用性、安全性等方面有不同的需求和关注点。面对这些变化，三轮摩托车行业的主要参与者通过技术创新、设计创新以及服务创新一系列策略以满足市场需求。随着科技和生产条件的不断提高，电动三轮摩托车的普及和发展成为市场上的新机遇，更为安全、环保的电动三轮车更为吸引消费者。

下游销售渠道呈现多元化特点，线上销售逐渐增多。

三轮摩托车销售渠道包括经销商代理、电商平台、直销、跨境电商平台等。其中，线下实体店和线上电商平台是主要销售渠道，其中线下实体店占比约为60%，线上电商占比约40%。线上销售以其便捷性、高效性和广覆盖性，为三轮摩托车市场带来了新的增长点。特别是年轻一代消费者，更倾向于通过电商平台购买三轮摩托车。消费者通过平台轻松比价、查看用户评价，并享受便捷的配送服务，这一趋势进一步推动了三轮摩托车销售模式的创新与发展。

| 行业规模

三轮摩托车行业规模的概况

中国城市化进程加快和个人出行需求多样化，三轮摩托车在载货、客运传统领域需求稳定，休闲旅游领域应用增多。此外，新能源技术应用使电动三轮摩托车兴起，相比传统燃油三轮摩托车，具有环保、节能、噪音小等优点，使中国三轮摩托车市场规模波动性发展。未来，收到政策、市场需求和市场竞争加剧等因素影响，三轮摩托车市场将稳步增长，其中出海市场潜力较大。

三轮摩托车行业市场规模历史变化的原因如下：

技术的不断进步和市场需求的多样化，部分专注于特定细分市场或新兴技术的企业崛起。

技术进步和市场需求的多样化为新兴企业提供了机会。这些企业通过专注于特定细分市场（如物流配送、旅游观光等）或新兴技术（如电动化、智能化），能够快速响应市场变化，提供差异化的产品和服务，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

政府对新能源三轮摩托车的补贴政策，推动电动三轮摩托车市场的发展，使率先布局新能源领域的企业获得竞争优势。

政府通过提供财政补贴和税收优惠，降低了新能源三轮摩托车的生产成本，提高了企业的利润空间，从而激励企业加大对新能源技术的研发和生产投入。这不仅促进了电动三轮摩托车市场的快速发展，还使那些早期进入新能源领域的企业在技术和市场上占据领先地位。

随着消费者环保意识和对便捷出行需求的提升，市场对电动、智能化三轮摩托车的需求不断增加。

消费者对环保和便捷出行的需求增加，推动了市场对电动和智能化三轮摩托车的偏好。电动三轮摩托车不仅环保，还能满足城市和农村地区的短途运输和出行需求。智能化功能如GPS导航、远程监控等，进一步提升了产品的附加值和用户体验，吸引了更多消费者。

三轮摩托车行业市场规模未来变化的原因主要包括：

随着人工智能、物联网等技术的成熟，智能化功能如GPS导航、远程监控、自动泊车等被集成到三轮摩托车上，提升了产品的附加值和用户体验，从而吸引更多消费者，扩大了市场规模。

智能化技术的应用不仅提高了三轮摩托车的性能和安全性，还增强了产品的吸引力和市场竞争力。消费者对智能化功能的需求增加，促使企业不断推出具有更高附加值的产品，从而推动市场规模的进一步扩大。

市场竞争加剧、环保要求提高以及消费者对产品质量和服务要求的提升，缺乏技术储备、资金实力和品牌影响力的企业将难以维持生存。

市场竞争的加剧和环保要求的提高，使得企业需要在技术研发、产品质量和品牌建设方面不断投入。缺乏技术储备、资金实力和品牌影响力的企业将难以应对这些挑战，最终可能被淘汰出市场。这将促使行业资源向头部企业集中，进一步优化市场结构。

未来，市场在竞争激烈下将会更加注重产品的差异化和市场定位。

部分企业专注于高端市场，提供高性能、智能化的产品；而部分企业则以价格优势和实用性为主，满足中低端市场的需求。高端市场的企业将通过提供高性能、智能化的产品来满足高收入群体的需求，而中低端市场的企业则通过价格优势和实用性来吸引价格敏感型消费者。这种错位竞争策略有助于企业在各自的细分市场中找到竞争优势，提升市场份额。此外，企业加速细分市场布局，针对冷链物流、环卫作业等场景开发专用车型，同时高端产品线逐渐成为利润增长点，满足不同用户的多样化需求，推动市场多元化发展。

规模预测

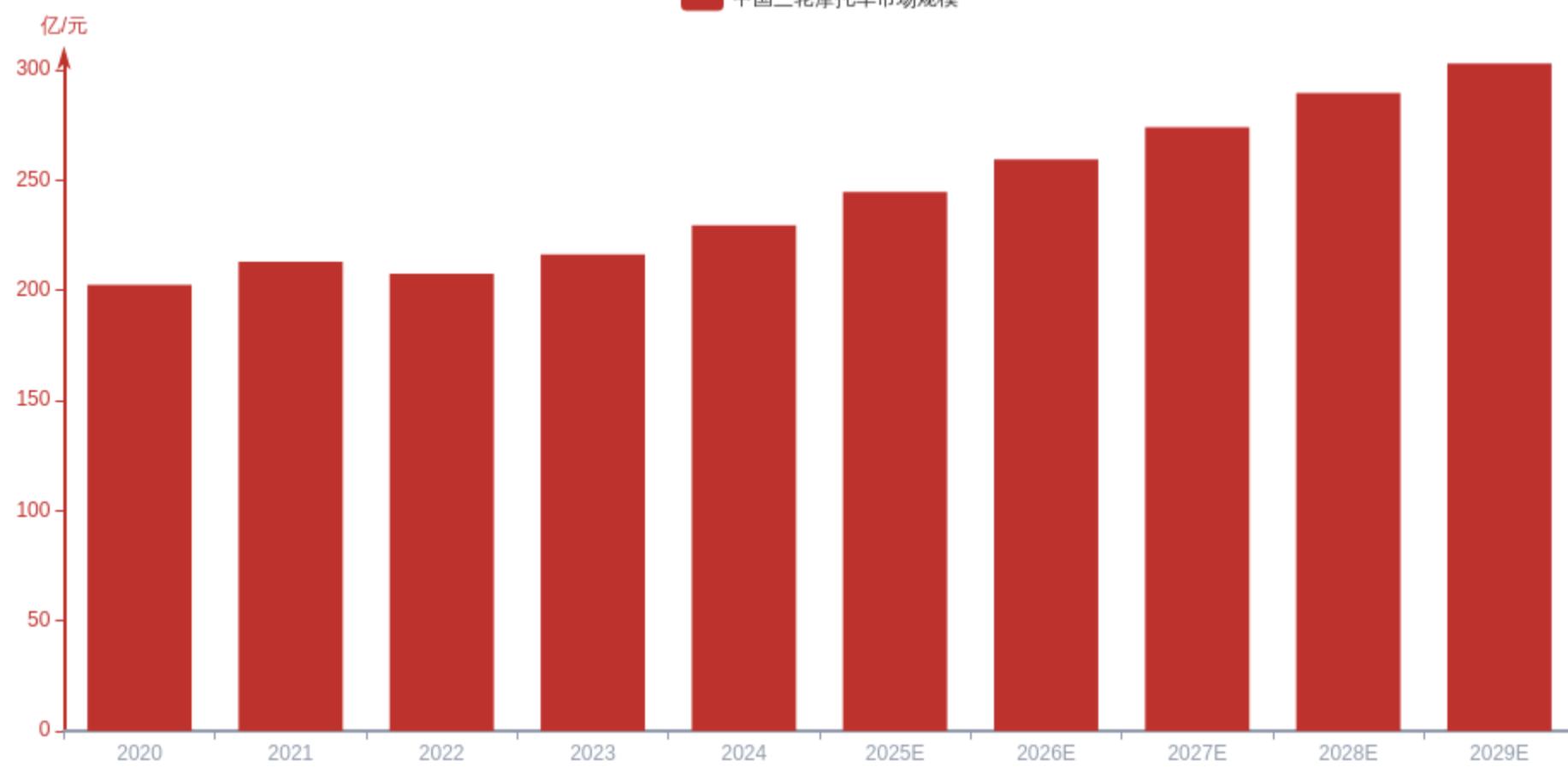
[查看案例](#)

三轮摩托车行业规模

亿元

中国三轮摩托车行业规模，2020-2029E

中国三轮摩托车市场规模



数据来源：中国摩托车商会，摩信网

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	关于印发《机动车检验机构资质认定评审补充技术要求》的通知	市场监管总局办公厅	2022-12-29	7
政策内容	旨在加强三轮摩托车安全管理，确保三轮摩托车符合安全技术要求，从而减少因车辆自身安全隐患引发的交通事故，保障道路交通安全与人民群众生命财产安全。			
政策解读	从安全角度看，三轮摩托车常穿梭于城乡道路，其安全性直接关系到驾乘者与行人安全。规范详细规定外观检查，像车身结构完整与否影响行驶稳定性；制动性能检验是关键，关乎紧急情况下能否及时停车；灯光信号正常工作能保障夜间等特殊时段的道路信息交互。执行上，检验机构资质把关、车主按规定送检、监管部门监督管理环环相扣，共同促使三轮摩托车安全技术状况符合要求。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	关于降低部分行政事业性收费标准的通知	国家发展改革委、财政部	2020-01-01	4
政策内容	此政策明确，自2020年1月1日起，将降低摩托车号牌工本费收费标准，从每副70元调整为35元，这一措施直接涉及三轮摩托车行业，为行业企业及用户减负。			
政策解读	号牌工本费用的减少，可降低三轮摩托车用户的成本负担，从而可能刺激消费，促进三轮摩托车的销量增长。对于三轮摩托车制造商而言，这有助于扩大市场需求，可能会带来一定的市场活性提升。然而，考虑到号牌工本费用在整体成本中所占比例较小，这一政策对行业的正向影响有限，主要体现在提升行业整体的运营效率，在监管层面，要求相关部门严格执行降费政策，并强化对政策执行情况的监督检查，确保行业能够全面受益于该政策措施。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	修订后的《机动车驾驶证申领和使用规定》	中华人民共和国公安部	2022-04-01	6
政策内容	该规定明确了各类机动车驾驶证的申请条件，对于三轮汽车驾驶证，规定申请者应在18周岁以上，60周岁以下，对视力、听力、辨色力、上肢条件等身体条件有具体要求。规范通过减环节、减材料、减时限等要求来提高办理效率，并强化使用全国统一的计算机管理系统记录和存储信息。			
政策解读	新修订的《机动车驾驶证申领和使用规定》对三轮汽车行业会产生一定的规范作用，有利于提高行业整体驾驶人员素质，确保道路交通安全。规定使用全国统一计算机管理系统有助于加强监管，提高管理效率，同时也可能会增加申领人的便利性。然而，规范身体条件要求可能会限制某些人群申请驾驶证，对行业从业人员数量产生一定影响，总体来看，政策对行业有积极影响，能增强行业监管，提升服务质量，促进行业健康发展。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	修订后的《机动车登记规定》	中华人民共和国公安部	2022-05-01	4
政策内容	该政策曾在规范机动车登记流程，提升办理效率，强化安全责任，便利民众，重点提升信息化办理水平，推进业务网点便民化，并对机动车所有人提出明确要求，规定需提交的材料和遵循的流程。			
政策解读	《机动车登记规定》对三轮摩托车行业影响较为积极。规定提升了登记效率，便利了三轮摩托车用户，尤其是允许摩托车销售企业进行带牌销售，减少纳税人群递交材料的要求，并推进了信息化发展。此规定的实施可能对小型、轻便三轮摩托车销售起到促进作用，从而在一定程度上带动整个三轮摩托车行业的发展。同时，增强了监管规范，提高交易和登记的安全性，这有助于长期建立行业信誉和市场秩序，但对于尚未完全准备就绪以应对新流程的三轮摩托车生产和销售企业，可能造成短期的适应压力。			
政策性质	规范性			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
政策内容	《“十四五”全国道路交通安全规划》	国务院安委会办公室	2022-07-21	6
政策解读	该政策旨在夯实道路交通安全基础，完善制度机制，加强道路交通安全法律法规建设，提升企业、司机和公众的安全意识和遵规行为，并推动道路安全隐患治理、交通安全执法管理效能提升，最终保障人民群众生命财产安全。			
政策性质	指导性			
	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
政策内容			NaN-NaN-NaN	
政策解读				
政策性质				

竞争格局

三轮摩托车竞争格局概况

三轮摩托车行业竞争激烈，竞争格局呈现多样化特征。包括大型龙头企业和中小民营企业，导致产品同质化严重，企业为争夺市场份额常采用价格战等策略。本土头部品牌包括五羊本田、宗申、隆鑫等凭借强大的品牌影响力和产品质量占据主导地位。同时，市场还存在许多地方性小型生产企业，它们具有较强的地域性和灵活性，能快速适应市场变化。此外，随着行业发展，企业间通过技术创新、产品升级和市场拓展提升竞争力，而部分竞争力较弱的企业则面临淘汰风险。

行业可分为三个梯队：第一梯队包括宗申、淮海等年产量超10万辆的大型企业。它们品牌影响力大、市场份额高，凭借技术创新和品质提升在市场中占据主导地位。；第二梯队包括一些区域性品牌等年产量5-10万辆的企业，包括上海迪吉、江苏天马。在特定市场有一定知名度，但面临来自第一梯队和第三梯队的双重竞争压力。；第三梯队包括年产量5万辆以下的中小型企业，市场份额较小，但通过差异化策略或专注于细分市场来寻求生存空间。

近年来，龙头企业通过并购重组、技术创新和品牌建设，逐步巩固市场地位，形成一定竞争优势。头部企业市场份额逐年提升，而中小企业生存空间被压缩。预计未来，市场将形成以5-10家头部企业为主导的竞争格局。代表性企业包括宗申、淮海、五羊本田、隆鑫等，这些企业凭借品牌、技术和市场优势，引领行业发展。

三轮摩托车行业竞争格局的历史原因

受到政策因素和企业战略的调整，2020-2024年中国三轮摩托车头部品牌竞争逐渐加剧。

目前，尽管传统三轮摩托车头部品牌金彭、宗申等地位较为稳固，但面临着新势力的冲击与竞争加剧。2024年，宗申和金彭在三轮摩托车领域市场份额超过50%。同时，爱玛、雅迪等两轮车巨头凭借品牌、渠道和技术优势，在三轮车领域，特别是休闲三轮车品类发展迅速，2024年爱玛、雅迪在休闲三轮品类产销量双双突破30万辆。目前，两轮车企业由于其市场逐渐饱和，增长乏力，纷纷跨界进入三轮车市场，在三轮车市场迅速崛起。而传统三轮车企业也在不断调整产品结构，加大在休闲三轮车、电动三轮车等领域的研发和生产投入，以适应市场变化和竞争。此外，早期国家通过税收优惠、财政补贴等政策，降低了企业的生产成本，提高了企业的利润空间，从而激励企业扩大生产规模，提升市场竞争力。这些政策为三轮摩托车行业的快速发展提供了有力支持，促进了市场的繁荣和品牌竞争的加剧。

随着市场需求的转变和电动化技术的进步，三轮摩托车竞争格局逐渐细分化，各企业在不同细分赛道发力。

不同品类的三轮摩托车市场竞争格局有所差异。休闲品类产销量增长迅速，2024年约350万辆，首次超过篷车品类，成为众多企业竞争的新热点，市场增量主要集中在头部品牌。篷车品类2024年产销量约250万辆，略有下滑，受政策管控以及电动四轮车和带篷休闲三轮车的挤压，竞争

格局有所变化，盛昊、海宝等品牌有一定市场份额。货运品类市场规模较大，2024年产销量约500万辆，增长乏力，金彭、淮海集团（宗申+淮海）占据主导地位。随着老龄化加剧、城镇化推进以及多孩政策影响，三轮摩托车市场需求快速增长，为企业提供了新的发展机遇，促使众多企业纷纷布局该领域。同时，农村物流需求扩张以及电商下沉，也推动了货运三轮车市场的发展。此外，电池技术的进步和充电基础设施的完善，提升了电动三轮车的续航能力和使用便利性，市场接受度不断提高，加速了电动三轮车对传统燃油三轮车的替代。智能化、轻量化等技术的发展，也促使企业加大研发投入，提升产品性能，以满足消费者对高端产品的需求。

短期内，行业格局不会发生较大变化，虽然头部企业占据较大市场份额，但新兴企业不断涌现，使得市场竞争依然较为激烈。企业需要通过技术创新、产品差异化和精准营销策略来提升竞争力。未来随着人工智能、物联网等技术的成熟，智能化功能如GPS导航、远程监控、自动泊车等被集成到三轮摩托车上，提升了产品的附加值和用户体验。这将吸引更多消费者，扩大市场规模。随着市场竞争的加剧和环保要求的提高，部分竞争力较弱的中小企业将被迫退出市场，行业资源将向头部企业集中。预计未来，中国三轮摩托车市场将形成以5-10家头部企业为主导的竞争格局。传统燃油三轮摩托车企业需要加快转型。智能化功能的普及将提升产品的竞争力和用户体验，同时，政策支持和消费者环保意识的增强将推动行业持续健康发展。

三轮摩托车行业竞争格局未来变化原因

受到成本压力与供应链的优化，预计市场集中度将进一步提高，尽管短期内难以形成高度垄断的格局，但预计新兴企业不断涌现，市场竞争依然较为激烈。

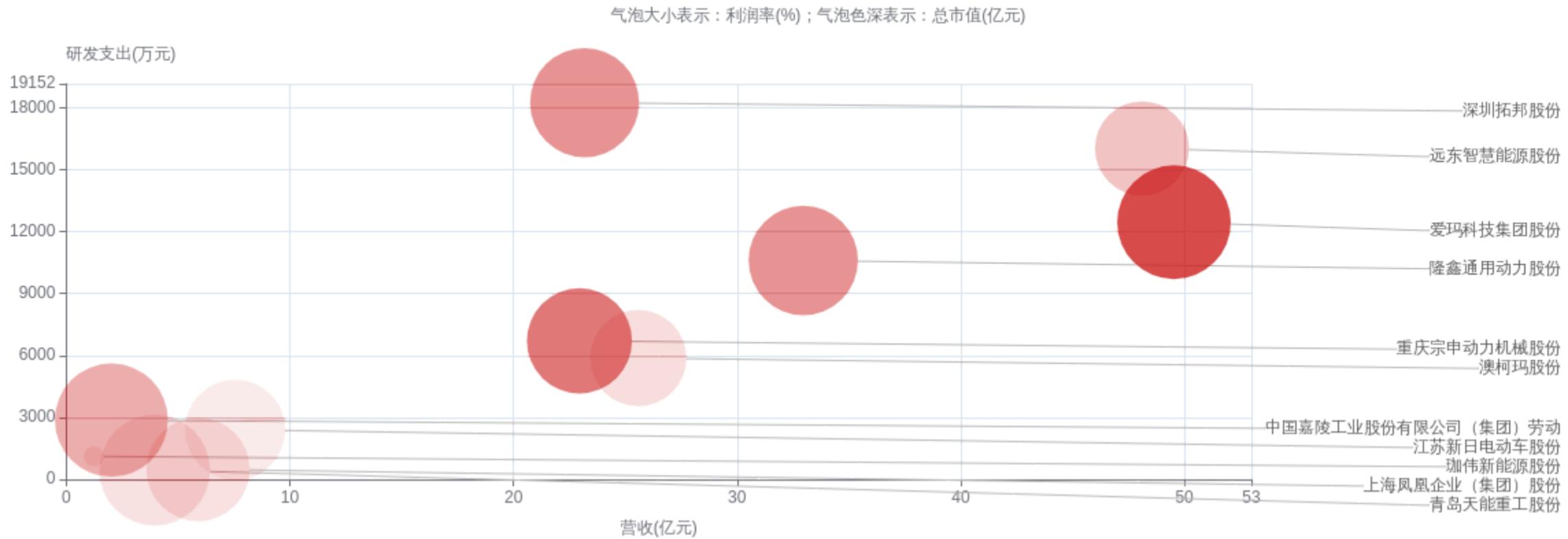
头部企业如淮海控股、金彭、宗申等凭借规模优势、技术创新和品牌影响力，市场份额将进一步扩大。2025年，部分头部企业市场份额已较为突出，随着其在研发、生产、营销等方面的持续投入，优势将更加明显。受到产业链影响，上游原材料锂、稀土等价格波动和芯片供应可能影响生产成本。企业需通过垂直整合供应链或采用替代材料缓解压力，这将促使企业加强供应链管理，提高成本控制能力。下游需求端对性价比的要求提高，价格竞争加剧。预计2026年中低端车型价格将下降5%-10%，高端产品因技术溢价维持较高利润率，企业需要通过优化生产流程、降低成本来保持竞争力。

三轮摩托车行业总体竞争格局变动较小，市场梯队无明显变化。

三轮摩托车行业的总体竞争格局相对稳定，市场梯队划分明确，各梯队企业之间的界限较为清晰。头部企业凭借其规模经济、品牌影响力和供应链管理能力，占据较大的市场份额，形成了较强的市场壁垒。宗申、淮海等第一梯队企业，通过多年的市场积累和技术投入，已经在消费者心中建立了较高的品牌认知度和信任度，使得新进入者难以在短时间内撼动其市场地位。虽然新兴品牌通过技术创新和差异化策略在市场中崭露头角，但它们的市场份额相对较小，难以对头部企业形成实质性的威胁。一些专注于电动化、智能化三轮摩托车的新兴品牌，虽然在特定领域具有优势，但整体市场份额仍有限。此外，三轮摩托车行业涉及复杂的技术和生产流程，需要大量的资金投入和技术创新能力。这使得新企业进入市场的难度较大，难以在短时间内形成规模经济和品牌影响力。

随着智能化与技术的发展，电动三轮摩托车领域竞争加剧。

预计未来中国电动三轮摩托车市场不断扩大，智能化渗透率逐渐提高。企业在电动化和智能化技术研发方面的投入将成为竞争的关键，拥有先进电池技术、智能控制系统的企业将更具竞争力。锂电池逐步替代传统铅酸电池，续航里程提升至150公里以上，充电时间缩短，电池寿命延长至2年以上，同时安全性能优化，提高了电动三轮车的使用便利性和市场竞争力。物联网、GPS定位、远程监控、自动驾驶辅助系统等技术加速应用于三轮摩托车，智能电动三轮摩托车占比提升，为企业带来新的竞争优势。



上市公司速览

重庆宗申动力机械股份有限公司 (001696)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	48.1亿元 >	18.4	14.4

隆鑫通用动力股份有限公司 (603766)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	33.0亿元 >	20.4	17.7

远东智慧能源股份有限公司 (600869)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	182.2亿元 >	4.8	10.3

深圳拓邦股份有限公司 (002139)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	63.6亿元 >	-2.7	22.1

爱玛科技集团股份有限公司 (603529)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	49.5亿元 >	-9.0	18.0

天能电池集团股份有限公司 (688819)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	93.3亿元 >	-13.2	15.9

上海凤凰企业(集团)股份有限公司 (600679)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	18.3亿元 >	43.0	14.2

澳柯玛股份有限公司 (600336)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	72.1亿元 >	-	13.8

珈伟新能源股份有限公司 (300317)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.4亿元 >	-34.2	26.5

江苏新日电动车股份有限公司 (603787)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.6亿元 >	-34.5	15.3

企业分析

① 重庆宗申动力机械股份有限公司【001696】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	114502.692万人民币
企业总部	重庆市	行业	汽车制造业
法人	黄培国	统一社会信用代码	915000002023878993
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	605808000000
品牌名称	重庆宗申动力机械股份有限公司	经营范围	一般项目：研发、销售、制造各类发动机及其零配件、摩托车零部件、通用机械零部件、汽车零部件、大型农机零部件、机械产品、高科技产品；热动力机械项目的投资、经营管理及相关高新技术产业开发；实业投资；货物及技术进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

▪ 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	1.1	1.01	1	0.95	1	0.88	0.92	1.09	0.91
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	36.8849	36.0017	39.629	44.8858	43.8047	48.6754	49.6451	40.7987	48.2295
营业总收入同比增长(%)	3.1361	0.0019	10.8116	15.9512	-3.6425	35.1509	19.3253	-12.9632	0.0026
归属净利润同比增长(%)	1.5982	-23.6368	-6.4268	37.3116	12.8122	39.2824	-18.1712	-17.837	-7.2611
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	45.2864	45.5512	43.2386	48.6552	64.4295	55.5453	71.1934	75.1522	64.5276
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	2.9158	1.7279	1.8742	1.7498	1.5621	1.4714	1.6169	1.5755	1.7894
每股经营现金流(元)	0.7158	0.0669	-0.2052	0.3727	0.6878	0.5722	0.5512	1.167	0.5269
毛利率(%)	18.3116	18.9179	16.546	16.6045	18.138	16.0371	11.363	12.771	14.553
流动负债/总负债(%)	65.7155	97.19	78.9371	64.5832	74.2406	78.3306	72.3009	78.0947	61.1521
速动比率	1.5685	1.0794	1.4174	1.3541	1.1956	1.1442	1.3389	1.2781	1.507
摊薄总资产收益率(%)	7.2133	5.5626	5.0887	5.4704	5.5646	6.986	5.3265	4.3963	3.9659
营业总收入滚动环比增长(%)	-7.1432	15.1677	-4.2865	-12.8602	3.7004	3.0163	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-11.8796	-44.7318	-53.8398	-53.8064	-63.153	-102.0137	/	/	/
加权净资产收益率(%)	11	7.98	7.47	9.51	10.1	13.58	10.59	8.41	7.6
基本每股收益(元)	0.3329	0.2542	0.2379	0.3267	0.3685	0.5133	0.4197	0.3409	0.3161
净利率(%)	9.7933	7.8036	6.7028	7.179	8.2919	8.2956	5.6734	5.0742	4.6476
总资产周转率(次)	0.7366	0.7128	0.7592	0.762	0.6711	0.8421	0.9581	0.8827	0.8697
归属净利润滚动环比增长(%)	-6.6808	-35.5737	-14.2736	-34.6836	-32.4936	-48.8417	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.4764	0.478	0.4804	0.4769	0.4864	0.4861	0.4868	0.5048	0.476
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	33.8916	36.8947	34.243	35.7821	42.9292	38.6229	40.1844	46.889	44.135
营业总收入(元)	4690094052.56	4690183104.36	5197269012.37	6026293371.78	5806786080.54	7847922900.96	9364359918.55	8151010021.11	8151221366.57
每股未分配利润(元)	1.4513	1.3157	1.4957	1.7808	1.8837	2.0426	2.1211	2.1552	2.2117
稀释每股收益(元)	0.3329	0.2542	0.2379	0.3267	0.3685	0.5133	0.4197	0.3409	0.3161
归属净利润(元)	381227526.59	291117615.35	272408148.59	374048073.99	421972040.96	587732615.28	480558659.03	390327728.27	361985770.75
扣非每股收益(元)	0.32	0.2434	0.192	0.3207	0.335	0.3685	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.7158	0.0669	-0.2052	0.3727	0.6878	0.5722	0.5512	1.167	0.5269

公司竞争优势

▪ 竞争优势

宗申动力是国内领先的摩托车发动机和通用机械制造商，主要从事中小型动力机械产品及部分终端产品的研发、制造和销售。公司在国内摩托车发动机市场具有较高的市场份额，是行业内的龙头企业之一。在摩托车发动机和通用机械领域具有较强的技术实力，拥有多项专利和技术创新。公司控股子公司宗申航发公司已完成多款航空动力产品的研发定型和量产，国内外市场布局基本完成。产品涵盖摩托车发动机、通用机械、航空发动机等多个领域，产品线丰富，能够满足不同市场需求。

▪ 竞争优势

宗申动力在技术研发上持续投入，拥有较强的研发团队和先进的研发设备，能够不断推出适应市场需求的新产品和新技术。例如，公司获批了双缸发动机专利，这不仅提升了其在摩托车发动机领域的技术水平，也为三轮摩托车发动机产品的升级和创新提供了技术支持。公司研发的发动机在燃油经济性、动力输出、环保性能等方面表现出色，能够满足不同客户群体的需求，尤其在三轮摩托车发动机市场，这种技术优势有助于提升产品的竞争力。

choice , 头豹研究院

② 隆鑫通用动力股份有限公司【603766】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	205354.185万人民币
企业总部	重庆市	行业	汽车制造业
法人	李耀	统一社会信用代码	915001076608997871
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1181232000000
品牌名称	隆鑫通用动力股份有限公司	经营范围	许可项目：开发、生产、销售：内燃机（在许可证核定范围及有效期内经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：开发、销售：摩托车及零部件、汽油机及零部件、汽车零部件；开发、生产、销售：农业机具、林业机具、园林机械、非公路用车、普通机械及电器产品；批发、零售：金属材料、橡塑制品、货物及技术进出口(不含国家禁止或限制进出口项目)；商贸信息咨询。**（法律、行政法规禁止的不得经营；法律、行政法规规定需许可审批的，取得许可审批后从事经营）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

■ 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	0.92	0.97	0.92	0.91	0.92	0.9	0.9	0.91	0.88
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	34.2543	33.8395	36.4903	41.1173	42.662	42.4408	41.2716	35.4235	39.5457
营业总收入同比增长(%)	6.0038	20.4539	24.6235	5.9751	-4.9393	-2.0033	25.1112	-4.9606	5.2885
归属净利润同比增长(%)	26.1977	11.7618	11.4323	-4.693	-32.2465	-22.9477	-19.819	37.0373	10.6483
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	42.1803	43.7882	48.7653	59.7144	69.1576	72.8061	53.2549	46.0638	36.2902
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.572	1.5462	1.3351	1.2102	1.3236	1.5312	1.5963	1.9842	1.8704
每股经营现金流(元)	1.2218	1.5071	0.5533	0.6754	0.5387	0.5801	0.6135	0.5826	1.1703
毛利率(%)	20.4447	20.9644	19.1663	18.5152	19.3248	16.6375	13.7688	17.386	18.5376
流动负债/总负债(%)	93.0832	92.824	92.4566	93.1969	92.1907	91.5092	91.28	86.9002	94.5746
速动比率	1.1802	1.1819	1.0485	0.9874	1.0304	1.3253	1.3302	1.7714	1.7356
摊薄总资产收益率(%)	11.3182	10.4015	9.9792	8.5544	4.8029	3.5207	2.7913	3.7776	3.5753
营业总收入滚动环比增长(%)	27.2372	16.584	30.7981	13.1875	16.3675	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-27.0873	-22.7788	21.2786	7.1633	-152.4644	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	17.37	15.47	15.89	14.18	9.35	6.83	5.28	6.94	7.28
基本每股收益(元)	0.95	1.04	0.46	0.44	0.3	0.23	0.19	0.26	0.28
净利率(%)	11.6749	11.1913	10.0321	8.919	5.6627	4.4287	2.8157	3.9272	3.6292
总资产周转率(次)	0.9694	0.9294	0.9947	0.9591	0.8482	0.795	0.9913	0.9619	0.9851
归属净利润滚动环比增长(%)	-51.4698	-5.979	44.5362	60.8391	-96.5222	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.392	1.4851	0.1957	0.0725	0.0169	0.0114	0.0114	0.0114	0.019
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	21.4165	24.9161	23.9174	28.5356	35.9802	40.5141	38.3178	38.1356	26.1081
营业总收入(元)	7042720902.22	8483233407.85	10572102650.03	11203793392.01	10650409704.97	10437055350.27	13057921370.98	12410172617.49	13066481258.18
每股未分配利润(元)	3.5157	4.2308	1.7297	1.7739	2.074	2.19	2.2421	2.4352	2.6392
稀释每股收益(元)	0.95	1.04	0.46	0.44	0.3	0.23	0.19	0.26	0.28
归属净利润(元)	770258903.54	865593757.75	964550908.31	919284265.12	622847229.48	479918012.3	384803012.7	527323685.5	583421845.98
扣非每股收益(元)	0.75	0.96	0.38	0.35	0.23	0.17	0.04	0.23	0.31
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	1.2218	1.5071	0.5533	0.6754	0.5387	0.5801	0.6135	0.5826	1.1703

公司竞争优势

▪ 竞争优势

隆鑫通用是中国领先的摩托车及发动机制造企业，主要从事摩托车、发动机及通用机械的研发、生产和销售。公司在摩托车出口市场具有较强竞争力，连续多年位居中国摩托车出口前列。隆鑫通用在摩托车发动机和通用机械领域具有较强的技术实力，拥有多个专利和技术创新。产品涵盖摩托车、发动机、通用机械等多个领域，产品线丰富，能够满足不同市场需求。

▪ 竞争优势

隆鑫通用依托“集团技术中心+事业部工程研究院”的研发架构，能够不断推出适应市场需求的新产品和新技术。这种研发架构有助于提高产品开发的协同效能，快速满足市场对三轮摩托车发动机的需求变化。隆鑫通用注重技术创新，不断优化产品性能。其研发的发动机在燃油经济性、动力输出、环保性能等方面表现出色，能够满足不同客户群体的需求。例如，其在大排量休闲娱乐摩托车领域的技术创新，为三轮摩托车发动机产品的升级和创新提供了技术支持。

▪ 竞争优势

隆鑫通用积极拓展国际市场，通过与国外客户建立长期稳定的合作关系，不断提升其在国际三轮摩托车发动机市场的影响。其在拉美市场具有显著优势，有望持续抢占该市场。此外，公司在欧洲市场的渠道数量近700家，在意大利、西班牙等市场已形成较高的品牌知名度，为销量持续增长奠定了坚实基础。

choice , 头豹研究院

③ 江苏新日电动车股份有限公司【603787】

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	23014.379万人民币
企业总部	无锡市	行业	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
法人	张崇舜	统一社会信用代码	91320200665769172E
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1184515200000
品牌名称	江苏新日电动车股份有限公司	经营范围	电动两轮摩托车、电动正三轮摩托车、电动自行车及其零部件、观光敞车及其零部件、蓄电池及充电器及其零部件、家用电器及其零部件的制造、加工、销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：共享自行车服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

■ 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	0.93	1.08	1.06	0.94	0.79	1.04	1.03	1.1	1.04
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	59.8789	61.8875	54.0252	50.3248	47.0065	67.6595	64.4252	65.093	57.0292
营业总收入同比增长(%)	-8.8352	-14.2117	31.204	13.1419	0.1643	65.8745	-15.5372	14.548	-16.2663
归属净利润同比增长(%)	29.5427	38.1666	-3.8764	21.0274	-20.4471	44.7863	-88.8646	1326.2475	-45.7478
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	9.3252	9.6256	8.7472	8.0635	12.6558	11.8583	20.6347	19.9844	24.4204
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	0.9437	1.1813	1.4899	1.4366	1.462	1.1487	1.0167	0.9458	1.0017
每股经营现金流(元)	0.71	1.95	0.6807	0.8206	0.3292	1.8195	1.3392	2.0845	1.3088
毛利率(%)	17.6052	18.4272	15.2456	15.2716	14.5998	10.3862	12.7227	13.0414	14.3103
流动负债/总负债(%)	93.0437	96.5915	97.0693	97.2707	97.2442	98.888	99.1722	99.2334	98.9398
速动比率	0.6727	1.0123	0.656	0.912	1.2425	1.0047	0.9077	0.8278	0.9156
摊薄总资产收益率(%)	4.1048	5.6638	4.4261	4.6522	3.7998	4.1359	0.3273	5.2684	2.5363
营业总收入滚动环比增长(%)	/	-33.7414	-36.3123	-24.8236	-40.0295	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	-117.6525	-137.0131	-128.8092	-158.1557	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	11.4	14.68	9.75	9.6	7.4	10.19	1.1	14.93	6.4
基本每股收益(元)	0.36	0.5	0.39	0.43	0.35	0.5	0.06	0.795	0.4
净利率(%)	2.2019	3.6513	2.7169	2.9062	2.3131	2.0607	0.2314	3.298	2.1374
总资产周转率(次)	1.8643	1.5512	1.6291	1.6008	1.6427	2.007	1.4146	1.5975	1.1866
归属净利润滚动环比增长(%)	/	-106.9715	-96.328	-96.3608	-147.2966	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	/	/	1.0867	1.0897	1.0913	1.0867	1.0867	1.1133	2.6517
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	30.2597	29.6235	21.0207	22.2785	21.1746	17.7017	24.4652	18.9722	21.895
营业总收入(元)	2395366536.31	2054945111.34	2696170158.6	3050498705.15	3055512143.47	5068316748.01	4280842215.02	4903618996.49	4105979195.29
每股未分配利润(元)	1.9588	2.1926	1.9852	2.2621	2.3261	2.6285	2.4342	3.1278	2.6734
稀释每股收益(元)	0.36	0.5	/	/	0.34	0.5	0.06	0.7882	/
归属净利润(元)	55154811.32	76205500.3	73251493.66	88654407.39	70527118.31	102113592.83	11370714.38	162174534.28	87983215.26
扣非每股收益(元)	0.2	0.35	0.22	0.25	0.28	0.44	-0.05	0.724	0.41
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.71	1.95	0.6807	0.8206	0.3292	1.8195	1.3392	2.0845	1.3088

公司竞争优势

▪ 竞争优势

新日股份在电动三轮车市场中表现突出，其产品线丰富，涵盖多个系列，满足不同消费者需求。拥有国内经销商超1700家，门店超13500个，终端经销网点覆盖较为完善。尽管在电动三轮车市场表现较好，但与行业龙头相比，市场份额仍有提升空间。新日股份的毛利率约为15%，净利润仅为2-3%，在高度竞争市场中相较于其他企业较低。

▪ 竞争优势

新日股份积极拓展国际市场，通过与国外客户建立长期稳定的合作关系，不断提升其在国际电动三轮车市场的影响力。其在拉美市场具有显著优势，有望持续抢占该市场。此外，公司在欧洲市场的渠道数量近700家，在意大利、西班牙等市场已形成较高的品牌知名度，为销量持续增长奠定了坚实基础。新日股份拥有国内经销商超1700家，门店超13500个，终端经销网点覆盖较为完善。这为其产品的销售和市场推广提供了强大的支持，能够快速将产品推向市场，提高市场覆盖率。除了传统的经销商渠道，新日股份还积极拓展电商等新兴销售渠道，实现了线上线下的融合发展。这不仅拓宽了其销售渠道，还能够更好地满足不同消费者的购买习惯，进一步提升了其市场竞争力。

choice，头豹研究院

附录

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
随需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchi
na.com

客服电话：

400-072-5588